
© P. Gherdoussi

OENOTOURISME POUR TOUS
RENDRE ACCESSIBLE SES ESPACES D'ACCUEIL ET SES PRESTATIONS

Un kit pratique

Ce kit contenant des fiches pratiques et conseils à destination des professionnels de l'oenotourisme vient compléter les trois fiches réalisées sur la mise en accessibilité des caves et domaines au niveau du Bâti.

Fiche 1 : Réglementation du cadre bâti pour les caves et domaines

Fiche 2 : Quels travaux à mettre en œuvre ?

Fiche 3 : Quelques exemples de prestations accessibles envisageables

Fiche 4 : "Questions de bon sens" (pour accompagnement)

"En chaque sens sont les cinq autres." Jonathan Swift

Pour ce kit pratique a été choisi une approche par les 5 sens plus ouverte et innovante, afin que chacun puisse évoluer au cours des prestations proposées quelque soit son handicap. L'oenotourisme permet de stimuler les différentes sensations et cette entrée par les sens touchera tous les publics. Les personnes ayant une capacité sensorielle appauvrie ont l'usage des autres sens plus développés.

Ce kit ne prétend pas être exhaustif ; il propose des suggestions d'idées et d'aménagements qui sont amenés à être enrichis. Il faut prendre en compte que tout ne sera pas réalisable selon vos caractéristiques (ressources, topographie...). Il s'agit ici de se concentrer sur l'accessibilité au contenu des prestations, ce qui est comparable au contenu culturel d'un musée par exemple.

Un partage d'idées et d'aménagements

L'exemple de départ : mettre en place des visites sensorielles qui permettraient de combiner les 5 sens en les mettant en éveil ; le but étant de renouer avec les sensations souvent mises de côté dans notre société informatisée et mécanisée.

Mais comment faire ?

5 fiches correspondant aux 5 sens

- **Fiche "VOIR"** ; percevoir quelque chose par les yeux et par ce qui est de l'ordre de la représentation mentale.
- **Fiche "SENTIR"** ; l'action qui résulte de l'utilisation de son odorat mais aussi de la perception.
- **Fiche "GOÛTER"** ; percevoir par l'intermédiaire du récepteur sensoriel qu'est le goût, une impression qui constitue une information sur la saveur de quelque chose.
- **Fiche "ENTENDRE"** ; percevoir par l'ouïe les bruits, les sons produits par quelque chose ou quelqu'un mais aussi écouter, comprendre et se faire comprendre.
- **Fiche "TOUCHER"** ; l'action de mettre sa main au contact de quelque chose, pour apprécier par les sensations tactiles, son état, sa consistance, sa température.







DÉPARTEMENT BOUCHES-DU-RHÔNE




L'accessibilité de l'offre

L'idéal est d'aller vers une accessibilité généralisée qui diminue les barrières culturelles et sociales et qui permet de proposer une offre globale et des solutions pour tous en intégrant les critères d'accessibilité dans l'offre proposée au grand public. Il est primordial de penser à l'accessibilité dans sa globalité (bâti, accueil, contenu), elle doit être continue. L'intérêt de l'offre oenotouristique repose sur les prestations, c'est-à-dire la vente directe, la dégustation, la visite guidée de caves et domaines et d'autres prestations annexes.

Ses avantages

L'accessibilité est un enjeu d'avenir ; elle permet la différenciation et surtout l'amélioration de la qualité de l'offre. Le confort, la sécurité ou encore la fiabilité de l'offre en sont renforcés. Elle attire et profite à une clientèle beaucoup plus large que celle initialement visée (personnes âgées, personnes étrangères, familles…)

Prioriser la communication, le relationnel

Pour adapter ses prestations oenotouristiques, la multitude d'outils d'aide recommandée pour pallier les diverses déficiences n'est pas toujours primordiale. En effet, il faut insister en premier lieu sur l'aspect relationnel. La manière de communiquer est essentielle et le professionnel doit pouvoir adapter son discours en fonction des différentes clientèles. Il est important d'être sensibilisé aux différents types d'handicap. Un accueil adapté en fonction des visiteurs fera toute la différence car il atténuera les difficultés de la personne déficiente ; sachant qu'il y a différents types mais aussi différents degrés d'handicap.

Pour une première approche sur les différents types de handicap et pour vous permettre de bien adapter votre communication ; voici un lien vers un guide de sensibilisation concernant l'accueil de ce public.

Il est tout aussi formateur et enrichissant d'aller à la rencontre des associations locales représentant les publics en situation de handicap.

Pour savoir comment accueillir la clientèle en situation de handicap :
www.visitprovence.org/ressources_bibliotheque.asp
> Puis choisir dans sous-thème : Mise en accessibilité

Communiquer sur son offre adaptée.

Une fois la prestation adaptée, n'oubliez pas de communiquer sur cette offre originale via votre site internet, les réseaux sociaux ou encore des newsletters. Vous pouvez aussi utiliser comme média des journaux locaux ou spécialisés, mettre en place des journées portes ouvertes ou encore envoyer des flyers ou des mails à destination des associations de personnes en situation de handicap. Le but étant de bien informer le public concerné et de montrer l'exemple. C'est un levier de communication qui met en valeur votre offre.

Il existe aussi le label « Tourisme & Handicap » qui promeut l'offre touristique accessible.

A noter : l'adaptation de vos prestations est un critère de labellisation incontournable.

Pour en savoir plus sur ce label :
www.visitprovence.org/ressources_bibliotheque.asp
> Puis choisir dans sous-thème : Mise en accessibilité

Pour en savoir plus

Si vous souhaitez des réponses plus personnalisées pour des solutions adaptées à vos caractéristiques ; Bouches-du-Rhône Tourisme en collaboration avec les Fédérations des Vignerons Indépendants et des Caves Coopératives vous propose de vous accompagner dans cette mise en accessibilité.

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com

Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr

Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier Houles - Tél : 04 42 23 64 81 - email : fdcc13@wanadoo.fr

OENOTOURISME POUR TOUS :
RENDRE ACCESSIBLE SES ESPACES D'ACCUEIL ET SES PRESTATIONS

Des idées et des aménagements pour une approche innovante

Ci-après quelques propositions pour rendre vos prestations accessibles aux personnes en situation de handicap.

© MA. Hauth

"On ne voit bien qu'avec le coeur. L'essentiel est invisible pour les yeux ."
Antoine de Saint-Exupéry

ACCESSIBILITÉ : **VOIR**



La vue nous permet d'apprécier l'apparence du monde qui nous entoure, d'en distinguer les détails, les couleurs, le relief ou encore le mouvement des êtres et objets. C'est un sens qui nous donne énormément d'information et au minimum 50% des informations reçues par le cerveau sont visuelles.

Le marketing visuel correspond au premier contact avec un produit ou un point de vente. Le choix des couleurs peut influencer les émotions, perceptions et cognitions des visiteurs ; leur contraste permet aux personnes déficientes visuelles de se repérer dans l'espace et d'appréhender les objets et formes. Les couleurs influencent aussi les autres récepteurs sensoriels comme avec le goût. Ces éléments vont contribuer au positionnement du lieu et susciter son intérêt.









La vente directe

Proposer **des bouteilles de vins avec des flash-codes sur les étiquettes** ; ils seront dotés d'un repère tactile pour pouvoir être facilement repérable par les personnes déficientes visuelles. Un flash code est un code barre qui permet d'accéder, en le scannant avec un smartphone, à un contenu numérique qui peut être le site internet du domaine ou encore mieux une fiche descriptive du vin mis en vente. Le contenu sera proposé à l'écrit et à l'oral pour être accessible à tous.

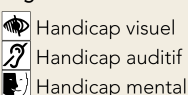
Pour en savoir plus :
www.flashcode.fr/ ; flashvin.fr/ ;
www.iwwy.fr/un-qrcode-sur-une-bouteille.html;
www.direction-vin.com/


© MA. Hauth



La dégustation

- Pouvoir proposer une **dégustation assise** autour d'une table ou aménager un comptoir rabaissé (80cm de hauteur).
- Présenter l'**examen visuel** de la dégustation qui permet de connaître la couleur (robe), la brillance (disque) mais aussi la fluidité (jambe) et la limpidité du vin. Montrer les différentes manières d'observer un verre de vin selon la lumière. Communiquer les outils nécessaires pour appréhender l'éclat et la faculté du vin à renvoyer la lumière ainsi que sa couleur pour connaître, en fonction de son intensité et de sa teinte, l'âge du vin. Montrer au public les « larmes » qui se forment le long du verre selon la teneur en alcool du vin.
- Proposer pour cette dégustation des **supports visuels attractifs** écrits en gros caractère (Arial 16, interligne 1.5) et contrastés avec des images et des croquis reprenant et accompagnant le commentaire oral. Indiquer les différents cépages ; leurs caractéristiques et les accords avec les mets.


Légende :
Handicap visuel
Handicap auditif
Handicap mental

La visite guidée

- Outre la signalétique directionnelle : allier à la **visite sensorielle** des **expositions de peinture ou de photos** temporaires ou permanentes ayant pour thématique votre domaine, votre histoire, votre vin, sa fabrication. Une exposition culturelle sur l'aspect patrimonial du site peut aussi être intéressante. Des artistes peuvent participer à ces expositions ; vous pouvez leur proposer une résidence ce qui permet un bel échange et une communication intéressante des deux côtés. Ils pourront ainsi façonner leurs œuvres directement au sein de votre domaine.
- Proposer des **supports visuels** pour la visite comme un livret de visite attractif avec des schémas, croquis, pictogrammes pour accompagner la visite guidée pour les personnes déficientes auditives et/ou mentales avec un contenu clair. Si vous proposez un film pensez à le sous titrer, en plusieurs langues idéalement.
- Mettre en place une **visite guidée du vignoble** pour les personnes à mobilité réduite en **voiturette électrique, en calèche,** en petit train, ou tout autre transport adapté. Mettre en place si possible un point de vue ou même une passerelle accessible au-dessus de la cave si elle n'est pas accessible .
- Aménager si possible **une avancée de plein pied, type belvédère** avec un point de vue sur la vigne. Il faut penser à sécuriser cet espace avec des barrières et disposer des bancs ainsi qu'un point d'information avec des panneaux adaptés expliquant ce que l'on voit (les différents travaux de la vigne, les cépages, la qualité du sol,…). Ces informations pourront aussi être proposées en contenu audio grâce à une voix enregistrée.

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com

Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr

Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier Houles - Tél : 04 42 23 06 04 - email : fdcc13@wanadoo.fr

© MA Hauth

OENOTOURISME POUR TOUS :
RENDRE ACCESSIBLE SES ESPACES D'ACCUEIL ET SES PRESTATIONS

Des idées et des aménagements pour une approche innovante

Ci-après quelques propositions pour rendre vos prestations accessibles aux personnes en situation de handicap.

"L'odorat est le sens de l'imagination "
Jean-Jacques Rousseau

ACCESSIBILITÉ : **SENTIR**



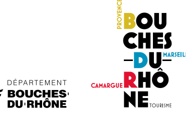
L'odorat est le sens permettant la perception des odeurs, dont les récepteurs sont localisés dans les fosses nasales. C'est un sens très actif qui constitue l'un des premiers moyens de connaissance sur le monde ; il est très lié à l'affectivité, en effet les odeurs sont connues pour déclencher des émotions. Les expériences sensorielles sont donc associées à des souvenirs.

Le marketing olfactif est donc à prendre en considération. En effet l'odorat peut influencer la perception que le consommateur a du produit ainsi que son comportement et il peut contribuer à renforcer le positionnement, l'identité de celui-ci. L'odeur peut être un critère de choix d'autant plus qu'elle a un fort impact émotionnel











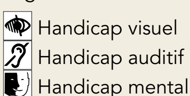






La dégustation

Proposer une dégustation professionnelle avec ses différentes étapes. Donner les clés de compréhension pour l'**examen olfactif** qui nous renseigne sur les différentes intensités, qualités et arômes du vin. Présenter les deux utilisations de l'odorat durant la dégustation avec la voie directe que l'on exploite en humant et la voie rétro nasale lorsque le vin est en bouche. Interroger les visiteurs sur les odeurs puis sur les arômes en définissant les trois types d'arômes (primaires, secondaires et de bouquet).



Légende :
Handicap visuel
Handicap auditif
Handicap mental


© S. Barbato


© MA. Hauth

La visite guidée

- Proposer **une visite sensorielle** en insistant dans votre commentaire sur les différentes odeurs du processus de fabrication du raisin au cours de son égrappage, de son pressage, de sa fermentation et de son vieillissement et en fonction des différents espaces aussi. Pendant la visite du vignoble, penser à faire sentir la vigne et la terre aux personnes qui le souhaitent.
- Proposer **un parcours d'interprétation** balisé et accessible sur les odeurs de la nature en lien avec le territoire comme la lavande et les herbes aromatiques. Adapter le parcours (durée, difficulté, sécurité) en fonction de la clientèle.

Autres prestations annexes

La table des arômes : Jeux de reconnaissance des principaux arômes du vin (notes fruitées, végétales, animales, épicées) sous formes d'ateliers ludiques ; vous pouvez pour cela acheter un coffret d'arômes. Disposez et collez les flacons sur un plateau à disposer selon les clients, s'ils souhaitent être debout ou assis. Des étiquettes cachées devant chaque flacon indique le nom des arômes à deviner. [L'écriture pour être accessible sera en Arial, type 16, interlignes 1.5, espacement étendu de 2.]

Création de son propre millésime : Atelier de création de sa propre cuvée maison en assemblant les vins de différents cépages selon le profil aromatique recherché. Cet atelier utilise principalement l'odorat pour mixer et associer les différents arômes selon ses goûts ; il est à l'image des ateliers de conception de flacons de parfums.

Idées folles à venir :

Il existe désormais le diffuseur olfactif qui, branché au smartphone, permet d'envoyer des odeurs de synthèse aux clients avec des sms parfumés. Un restaurant permettra ainsi à ses clients d'avoir une transcription olfactive, sur son site internet, des plats qu'il propose.

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com

Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr

Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier Houles - Tél : 04 42 23 64 81 - email : fdcc13@wanadoo.fr

© R. Cintas-Florès

OENOTOURISME POUR TOUS :
RENDRE ACCESSIBLE SES ESPACES D'ACCUEIL ET SES PRESTATIONS

Des idées et des aménagements pour une approche innovante

Ci-après quelques propositions pour rendre vos prestations accessibles aux personnes en situation de handicap.

"Tous les goûts sont dans la nature "
Philibert-Joseph Le Roux

ACCESSIBILITÉ : **GOÛTER**



Le goût est très lié à l'odorat car ces deux sens s'appuient sur des expériences physiologiques et psychologiques. Les stimuli (facteur qui déclenche une réaction physiologique) de diverses natures apportés par la saveur et la composition d'un aliment sont détectés, identifiés et mémorisés. La personne qui déguste va donc évaluer le goût de quelque chose en fonction de son caractère qui sera jugé agréable ou désagréable et cette information sera comparée avec celle d'autres stimuli en mémoire.

Il faut jouer sur le marketing gustatif en proposant des produits différents et de qualité ; dans l'oenotourisme il est le sens primordial qui suscitera l'achat du vin.







DÉPARTEMENT BOUCHES-DU-RHÔNE





La vente directe

Proposer la **vente de coffret de tubes à essais ou de bouteilles miniatures** représentant les différents cépages du domaine pour déguster chez soi ; c'est un produit souvenir qui véhicule l'image du site et soutient son identité en permettant au visiteur de revivre la dégustation. C'est aussi une façon de déguster les autres vins, qui n'ont pas été achetés pour des raisons diverses, avec des proches. Une manière d'attirer d'autres clientèles et de toucher des personnes qui ne peuvent ou ne souhaitent pas se déplacer. Le but étant d'améliorer la notoriété des vins et du domaine.

(www.witfrance.com) .


© J. Demeurs

Autres prestations annexes

Proposer des **paniers pique-nique** avec des produits du terroir en essayant de s'associer au maximum avec des producteurs locaux pour favoriser les circuits courts et valoriser l'agriculture locale.

Aménager un **espace pique-nique accessible** dans un cadre paysager attractif; pensez aussi à l'accessibilité du cheminement jusqu'à cet espace qui sera abrité, à proximité du domaine avec une table à bonne hauteur et des chaises.

Pour en savoir plus sur l'aménagement du cheminement :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_2.pdf

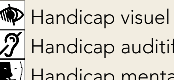
La dégustation

- Mettre en place **une dégustation à l'aveugle** en veillant à bien dissimuler la forme de la bouteille et pas seulement son étiquette ; vous pouvez aussi mettre à disposition des bandeaux pour cacher les yeux de vos visiteurs (attention toutefois cela peut être mal vécu par des personnes déficientes auditives
- Proposer **un atelier d'initiation à la dégustation professionnelle** en insistant sur **l'examen gustatif.** Donner les clés pour ressentir les différentes sensations qui peuvent être décelées et expliquer les différentes impressions (sucré, salé, acide, amer).
- Proposer en plus de la dégustation de vos vins, une prestation payante pour **déguster des produits du terroir** qui participent à l'identité du domaine et qui valorisent vos vins ; cela permettra de varier les goûts et les plaisirs (tapenade, caviar d'aubergine, pistou, anchoïade…). Penser à bien vulgariser les termes techniques. Ne pas omettre les autres sensations comme la fraicheur, la chaleur, la consistance ou encore l'astringence du vin quand il est mis en bouche.

Présenter les trois étapes de la dégustation et demander aux clients de mettre des mots sur les sensations qu'ils ressentent pour l'attaque, le volume et la « fin de bouche ».

Enfin aborder l'harmonie d'un vin dans l'équilibre de ses saveurs et arômes entre les différents goûts.

Légende :



Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com

Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr

Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier Houles - Tél : 04 42 23 64 81 - email : fdcc13@wanadoo.fr

© P. Gherdoussi

Des idées et des aménagements pour une approche innovante

Ci-après quelques propositions pour rendre vos prestations accessibles aux personnes en situation de handicap.

"Souvent on entend mal ce qu'on croit bien entendre "

Molière

ACCESSIBILITÉ : **ENTENDRE**



L'oreille qui est l'organe d'action de l'ouïe, capte les sons, les analyse et les transforme en un message nerveux compréhensible pour le cerveau. Elle intervient aussi dans le maintien de l'équilibre et se compose en trois parties : l'oreille externe, moyenne et interne. L'audition à une double fonction de communication grâce à la parole et d'alerte qui repose sur la vigilance du système auditif et la perception permanente des sons ambiants. L'oreille est le plus actif et le plus fragile de nos organes sensoriels.

Le marketing auditif a plusieurs objectifs au niveau affectif pour procurer du plaisir aux clients, cognitif pour donner une indication sur la cible du site, en rapport avec la catégorie de produits proposés et comportementaux pour impulser un rythme de visite et provoquer des achats.







DÉPARTEMENT BOUCHES-DU-RHÔNE







La dégustation

- Proposer une **dégustation en musique** en associant des caractères, types de vins avec des œuvres musicales ; il est possible d'harmoniser un type de vin et un type de musique selon les œnologues. Une personne déficiente visuelle ressentira plus intensément cette association. Demander aux visiteurs d'identifier les liens entre un vin et une musique. Le vocabulaire du vin détient des expressions que l'on retrouve aussi dans l'analyse musicale comme l'attaque, l'harmonie, la puissance, l'équilibre, la profondeur ou encore la finale. Il serait intéressant aussi d'inviter un groupe de musiciens à venir jouer durant la dégustation. Les styles de musique qui peuvent s'accorder sont la musique classique et le jazz ; mais tout dépend de votre vin et de votre imagination.
- Insister sur votre **commentaire durant la dégustation** ; Il est primordial de s'adapter selon les publics :
  - bien regarder les visiteurs dans les yeux et articuler face à des personnes déficientes auditives ;
  - insister sur les sensations et non pas sur les couleurs et penser à bien audio décrire pour les personnes déficientes visuelles ;
  - simplifier votre commentaire pour les personnes déficientes mentales et penser à définir les termes techniques .

Légende :



Handicap visuel
Handicap auditif
Handicap mental



La visite guidée

- Au cours de la **visite sensorielle** proposer **un film documentaire en audio description,** en le rendant accessible grâce à un texte en voix off qui décrit les éléments visuels du film et aussi en version sous-titré . Ce film présentera la fabrication, l'histoire et les caractéristiques de vos vins, de votre domaine, du territoire. Diffuser **un CD «bruits des vendanges»** pour que le public puisse vivre l'ambiance des travaux de la vigne; il est possible de mettre en place une borne d'écoute avec différents sons .
- Comme pour la dégustation **adapter votre commentaire** aux personnes que vous accueillez selon leur handicap et n'hésitez pas à solliciter leurs attentes pour améliorer la qualité et l'accessibilité de votre visite.

Autres prestations annexes

Proposer un **atelier musical avec des bouteilles de vins vides**, il sera très apprécié par les enfants. Le but étant de remplir chaque bouteille avec des quantités différentes d'eau ou autre liquide pour que chaque bouteille émette un son distinct (plus grave, plus aigu, précisions à noter sur des étiquettes qui seront à positionner sur la bouteille concernée).

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com

Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr

Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier Houles - Tél : 04 42 23 64 81 - email : fdcc13@wanadoo.fr

OENOTOURISME POUR TOUS :
RENDRE ACCESSIBLE SES ESPACES D'ACCUEIL ET SES PRESTATIONS

Des idées et des aménagements pour une approche innovante

Ci-après quelques propositions pour rendre vos prestations accessibles aux personnes en situation de handicap.

"Le toucher n'a pas son égal "
Jonathan Swift

ACCESSIBILITÉ : **TOUCHER**



Le toucher est le seul sens qui fournit la certitude d'une réalité alors que les autres sont subjectifs ; Les hommes par le toucher peuvent développer un langage non verbal. On distingue cinq sensations dans le toucher : le contact, la pression, la chaleur, le froid et la douleur. C'est l'un des sens essentiel pour le déplacement, l'exploration, la reconnaissance ou encore la préhension des objets. Le toucher est le sens le moins vulnérable, quand les autres sont altérés, il permet toujours une interaction avec le monde environnant.

Le marketing tactile représente le fait de toucher des produits, mais aussi les contacts physiques au sein des points de vente. Le toucher permet au consommateur d'atteindre une situation de confort et d'obtenir des informations sur le produit ; il influence le comportement du client en favorisant une relation de proximité.







DÉPARTEMENT BOUCHES-DU-RHÔNE







La vente directe

Proposer des **bouteilles de vins avec des étiquettes en relief ou en braille** ; les informations les plus importantes à indiquer sont le nom du vin, l'appellation, la couleur, le cépage, le titrage d'alcool et le millésime. Il existe des imprimeurs qui proposent l'étiquetage en braille des étiquettes avec des matières comme la résine à mémoire de forme ou encore des sur-étiquettes auto collante en P.V.C. transparent qui se superposent à l'étiquette de base.

Pour en savoir plus :

- Esat Witkowska :
  www.esat-witkowska.fr
  contact : Yves Bonnel
  Tél : 04 72 16 23 10
- Imprimerie Laulan :
  laulan@laulan.com
  Tél : 05 57 46 47 56

La dégustation

Proposer des **verres et des assiettes faciles à prendre en main** ; penser par exemple aux assiettes à compartiment pour les dégustations de mets ou aux assiettes avec un verre de vin intégré qui se clipse sur le côté ; ainsi il est possible de tenir son assiette et son verre avec une seule main.

Mettre des verres correspondants aux vins selon leurs qualités et proposer aussi des verres à pieds en plastique pour plus de sécurité.

Pour en savoir plus (à titre d'exemple) **:**
CAV &CO
www.cavetco.com/assiette-coktail-porte-verre.php
Tél : 06.82.68.16.68
email : infos@cavetco.com

Autre exemple de produit :
www.vega-fr.com/buffet-reception/minis-et-verrines/assiettes-cocktail/assiette-cocktail-party.html

Légende :
Handicap visuel
Handicap auditif
Handicap mental

La visite guidée

- Durant **la visite sensorielle insister sur l'aspect tactile** en permettant aux visiteurs de toucher le ceps, le raisin, la terre, la vigne mais aussi les machines de fabrication et de conservation du vin comme l'égrappoir, les cuves, le pressoir, les fûts, les bouteilles, en délimitant des zones tactiles sécurisées. Ce contact permettra aux personnes déficientes visuelles d'appréhender la grandeur et la texture de ces objets et il ravira les enfants par la même occasion.
- Penser à fabriquer ou à faire fabriquer une **maquette tactile et ludique** représentant votre domaine avec par exemple, la possibilité d'appréhender les différents espaces et ce qu'ils contiennent en ouvrant les toits (bois, cartons, plastique dur). Celle-ci peut être accompagnée d'un texte adapté, c'est-à-dire en gros caractère et contrasté, décrivant le contenu de la maquette. Le guide donnera en plus une audio description pour rendre l'information accessible à tous.
- Proposer **un livret de visite avec des croquis et des dessins en relief** (cerne relief).



© A. Barroil

Autres prestations annexes

- Proposer **un jeu de reconnaissance et d'apprentissage des différentes formes de bouteilles** de vins selon les régions.
- Mettre en place des **ateliers pratiques taille des vignes ou vendanges** selon les saisons et les différents travaux sur la vigne.

Vos contacts :
Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com
Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr
Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier Houles - Tél : 04 42 23 64 81 - email : fdcc13@wanadoo.fr

RÈGLEMENTATION DU CADRE BÂTI POUR LES CAVES ET DOMAINES VITICOLES

Ce document rassemble tout ce qu'il faut savoir sur la mise en accessibilité des caves et domaines viticoles.



© A. Barroil



Contexte règlementaire

La loi pour «l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées» impose la mise en accessibilité des Etablissements Recevant du Public (E.R.P.) et des Installations Ouvertes au Public (I.O.P) avant le 1er janvier 2015. *(LOI n° 2005-102 du 11 février 2005).*

Si accessible :
avez-vous pensé à le déclarer ? **(*)**



© A. Barroil

Si non accessible fin 2014

Suite à l'Ordonnance n° 2014-1090 du 26 septembre 2014 relative à la mise en accessibilité des établissements recevant du public, des transports publics, des bâtiments d'habitation et de la voirie pour les personnes handicapées, il faut constituer et dépose un Ad'Ap - Agenda d'accessibilité Programmée **avant le 27 septembre 2015.** Cela permet à tout gestionnaire/propriétaire d'établissement recevant du public de poursuivre ou de réaliser l'accessibilité de son établissement après le 1er janvier 2015.

Qu'est ce qu'un ERP et une IOP ?

Un E.R.P. est un Etablissement Recevant du Public c'est à dire «des locaux ou enceintes où les personnes sont admises, soit librement, soit moyennant rétribution et où sont tenues des réunions ouvertes». *(Article R123-2 du Code de la construction et de l'habitation)*

Peut être considéré comme ERP dans un domaine viticole, le caveau, la salle de dégustations et l'accueil.

Une I.O.P est une Installation Ouverte au Public c.à.d. un espace public ou privé desservant un ERP (parking, cheminements extérieurs…).

« …doivent ainsi être considérés comme des IOP :

- les espaces publics ou privés qui desservent des ERP,
- les équipements qui y sont installés dès lors qu'ils ne requièrent pas, par conception, des aptitudes physiques particulières : les jeux en superstructure pour enfants n'ont pas à respecter de règles d'accessibilité.

Ne sauraient en revanche être considérés comme des IOP : tout ce qui relève d'aménagements en milieu naturel comme les sentiers de promenade ou de randonnée, les plages. » *(Circulaire n° DGUHC-2007-53 du 30 novembre 2007)*

Les chais de vinification sont considérés comme des I.O.P mais reste avant tout un lieu de production et de travail. Ceux-ci sont donc soumis au code du travail.

RÈGLEMENTATION DU CADRE BÂTI POUR LES CAVES ET DOMAINES VITICOLES … SUITE



Dérogations

Des dérogations peuvent être accordées pour les E.R.P existants sous 3 conditions :

- Impossibilité technique
- Préservation du patrimoine architectural
- Disproportion manifeste entre la mise en accessibilité et ses conséquences pour l'ERP, c'est-à-dire un impact économique majeur pour le domaine et/ou une réduction significative de l'espace de travail pour le vigneron. *(Décret n°2006-555 du 17 mai 2006)*

Cependant celles-ci sont accordées si des mesures de substitution, dans la logique de la chaine de déplacement et d'utilisation, sont mises en place. La présentation d'un dossier argumenté est obligatoire.

A noter : le décret n°2014-1326 du 5 novembre 2014 apporte, entre autres et notamment des modifications et des précisions à la procédure de dérogation aux règles d'accessibilité pour motif de disproportion manifeste entre les améliorations apportées et leurs conséquences.

(*) Pour en savoir plus sur le nouveau dispositif réglementaire : **www.accessibilite.gouv.fr**

Vous y trouverez aussi un modèle d'attestation ou de déclaration sur l'honneur pour déclarer votre ERP accessible à réaliser et transmettre dès que possible.

Ces fiches, téléchargeables sur www.visitprovence.org, sont destinées à une consultation en version numérique afin de pouvoir accéder aux contenus des différents liens

Les prescriptions techniques

Afin de rendre accessible les établissements, la loi décrit précisément les aménagements à réaliser. Les prescriptions techniques concernent toutes les parties suivantes : le caveau de vente, la salle de dégustation et l'accueil.

Pour réaliser au mieux les travaux nécessaires, des fiches «accessibilité du cadre bâti » sont mises à disposition par le ministère du développement durable.

A noter : Dans le cadre d'un Ad'Ap, pour les établissements recevant du public situés dans un cadre bâti existant et des installations existantes ouvertes au public, vous devez respecter les normes d'accessibilité fixées par l'arrêté du 8 décembre 2014.

Pour en savoir plus : www.accessibilite.gouv.fr



© A. Barroil

Bouches-du-Rhône Tourisme en collaboration avec les Fédérations des Caves Coopératives et des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône vous propose de vous accompagner dans la mise en accessibilité de votre cave.

N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec nous.

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie FOUBERT
Tél. : 04 91 13 84 37
email : mfoubert@visitprovence.com



Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick PAGE
Tél. : 04 42 23 06 04
email : vigneron.13@wanadoo.fr



Fédération des Caves coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier HOULES
Tél. : 04 42 21 64 81
email : fdcc13@wanadoo.fr



QUELS TRAVAUX À METTRE EN ŒUVRE ?

Voici par la suite toutes les différentes parties de votre établissement à rendre accessibles. Les aménagements cités ci-dessous doivent correspondre aux critères techniques mentionnés par la loi, c'est-à-dire les dimensions, les contrastes de couleurs, l'intensité de la lumière et les volumes sonores.



1 / Le parking

Prévoir une place de parking adaptée à proximité de l'entrée du caveau.

Le cheminement extérieur du parking à l'entrée doit être de couleur contrastée, avec différentes textures au sol et praticable en fauteuil roulant, sans rupture de niveau.

Pour en savoir plus :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_1.pdf





2 / Le cheminement extérieur et intérieur

S'il y a des marches ou des ruptures de niveau que se soit à l'intérieur ou sur le cheminement extérieur, prévoir un plan incliné d'une pente inférieur à 5%.

Palier de repos en haut et en bas du plan incliné

Pour en savoir plus :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_2.pdf

3 / Les escaliers

Prévoir une main courante

Les nez de marche ainsi que les contremarches doivent être de couleur contrastée

Installer une bande d'éveil de vigilance en haut des escaliers.

Pour en savoir plus :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_5.pdf

4 / L'entrée et les portes

Indiquer de façon claire et précise l'entrée du caveau et l'accueil : pictogramme, écriture (taille de police adaptée) contrastée avec la couleur du fond du support.

Respecter la largeur de porte et de passage utile indiqué :
- 0,90 m de largeur
- 0,83 m de passage utile

Si portes vitrées, les signaler via 2 bandes contrastées en couleur à 2 hauteurs différentes.

Pour en savoir plus :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_4.pdf

5 / L'accueil et/ou boutique

Le comptoir d'accueil et de vente doit être utilisable par une personne en position «assise» ou «debout». Prévoir un endroit où le comptoir sera plus bas.

Toutes les informations disponibles à l'accueil doivent être accessibles visuellement et/ou à portée de main.

Pour en savoir plus :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_3.pdf

QUELS TRAVAUX À METTRE EN ŒUVRE ? ... SUITE



6 / Le caveau de dégustation

Eclairage de la salle de dégustation adaptée (suffisant, mais pas trop éblouissant).

Prévoir des tables de différentes hauteurs pour adapter la dégustation aux personnes en fauteuil ou qui préfèrent être assises.

Par exemple, on ne pourra pas proposer une dégustation sur un comptoir ou un bar en position debout. Une autre alternative doit être mise en place.

Contraster les crachoirs par rapport aux tables pour les personnes malvoyantes.

Prévoir un revêtement lisse (non glissant) et sans obstacle.

Enfin, penser à proposer une bonne signalétique, pour en savoir plus : www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_9.pdf



© R. Cintas-Florès

7 / Les sanitaires pour vos visiteurs

Prévoir un sanitaire respectant les mesures précisées par la loi.

Pour en savoir plus :
www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_7.pdf

... et les autres prestations ?

Les visites : La loi impose que l'ensemble des prestations soient rendues accessibles à tous types de handicaps au sein d'un ERP. C'est-à-dire qu'une visite d'une exploitation viticole ou une dégustation animée doit être accessible à tous et à toutes les déficiences.

Les manifestations : Si des manifestations sont organisées au sein du domaine, les règles de mises en accessibilité lié à l'évènementiel sont applicables.

Les repas : Les repas occasionnels chez le vigneron ou les pique-nique organisés, ne sont pas soumis à la règlementation.

... une particularité à connaître !

Les chiens guides doivent être autorisés à rentrer sur les lieux et ne doivent en aucun cas faire l'objet d'un coût supplémentaire à la prestation. *(Art. 54 de la loi du 11 février 2005)*

(*) A noter : Dans le cadre d'un Ad'Ap, pour les établissements recevant du public situés dans un cadre bâti existant et des installations existantes ouvertes au public, vous devez respecter les normes d'accessibilité fixées par l'arrêté du 8 décembre 2014.

Pour en savoir plus : www.accessibilite.gouv.fr.

Bouches-du-Rhône Tourisme en collaboration avec les Fédérations des Caves Coopératives et des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône vous propose de vous accompagner dans la mise en accessibilité de votre cave.

N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec nous.

Vos contacts :

- **Bouches-du-Rhône Tourisme**
  Mélanie FOUBERT
  Tél. : 04 91 13 84 37
  email : mfoubert@visitprovence.com



- **Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône**
  Annick PAGE
  Tél. : 04 42 23 06 04
  email : vigneron.13@wanadoo.fr



- **Fédération des Caves coopératives des Bouches-du-Rhône**
  Olivier HOULES
  Tél. : 04 42 21 64 81
  email : fdcc13@wanadoo.fr



Ces fiches, téléchargeables sur www.visitprovence.org, sont destinées à une consultation en version numérique afin de pouvoir accéder aux contenus des différents liens

QUELQUES EXEMPLES DE PRESTATIONS ACCESSIBLES ENVISAGEABLES...



1 / L'accueil

La première recommandation est de sensibiliser le personnel d'accueil aux différents types de handicap. En effet, la situation peut devenir compliquée si le personnel se retrouve mal à l'aise face à une personne handicapée. Il est très important que le client se sente en confiance.

Prévoir des zones d'assises à l'accueil pour les personnes qui souhaitent s'asseoir.

Proposer des audio-guides : utiles à la fois pour les personnes déficientes visuelles mais aussi pour la clientèle étrangère.



© R. Cintas-Florès



© R. Cintas-Florès

Installer une aide à l'audition à l'accueil. Il existe diverses formes de dispositifs d'aide à l'audition, notamment dans le cas où vous recevez des groupes.

Accueil et visites en langue des signes française si le personnel est formé ou via un intermédiaire guide LSF ou interprète (à la demande).

Pour en savoir plus :

Consultez la fiche «Comment accueillir la clientèle en situation de handicap» sur **www.visitprovence.org**

2 / La dégustation

Favoriser tous les sens pour les déficients visuels et auditifs.

Stimuler les sensations olfactives, gustatives et auditives.

Exemple : proposer une dégustation en associant vin et œuvre musicale.

Faire déguster du jus de raisin, du sirop ou d'autres produits proposés par le producteur (ex : huile d'olive) pour les personnes sous traitement.

Pour les personnes en situation de handicap mental, proposer des verres à pied en plastique (à la demande).

Mise en place de plusieurs ateliers permanents pour comprendre les différents arômes d'un vin. Cette prestation est très ludique pour tous types de publics. (handicapés ou non).

3 / Les outils de communication

Fiches descriptives de la visite écrites en gros caractères pour les malvoyants et/ou des fiches simplifiées et adaptées pour le handicap mental (pictogrammes, images…)

Plan coloré et attractif indiquant les différents bâtiments et espaces auxquels le public a accès (vignoble, chais de vinification, salle de dégustation, boutique…etc).

Faire les étiquettes des bouteilles en relief : millésime, rouge, rosé, blanc, logo ou blason de la cave…par exemple, avec du cerne-relief ou de la peinture Window Color personnalisable selon les besoins du client.

Proposer des étiquettes en braille à la demande avec l'essentiel : Nom du domaine, millésime, rouge, rosé, blanc.

Des solutions et des outils existent à un coût raisonnable pour les faire soi-même.

QUELQUES EXEMPLES DE PRESTATIONS ACCESSIBLES ENVISAGEABLES... SUITE



Pour aller plus loin : le label Tourisme & Handicap

Le label Tourisme & Handicap est un label national développé depuis 2001 par le Ministère délégué au tourisme. Sa particularité est de prendre en compte les 4 grandes déficiences : motrice, mentale, visuelle et auditive.

Le label Tourisme & Handicap est un label de qualité, qui assure aux personnes en situation de handicap d'être bien accueillies, dans des conditions d'autonomie optimales.

Ce label est une réponse à la demande des personnes handicapées qui veulent pouvoir choisir leurs vacances, se cultiver, se distraire, partir seules, en famille ou entre amis là où elles le souhaitent.

Pour en savoir plus :

Consultez le «Mode d'emploi du Label Tourisme & Handicap» sur

www.visitprovence.org



Bouches-du-Rhône Tourisme en collaboration avec les Fédérations des Caves Coopératives et des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône vous propose de vous accompagner dans la mise en accessibilité de votre cave.

N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec nous.

Vos contacts :

- **Bouches-du-Rhône Tourisme**
  Mélanie FOUBERT
  Tél. : 04 91 13 84 37
  email : mfoubert@visitprovence.com



- **Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône**
  Annick PAGE
  Tél. : 04 42 23 06 04
  email : vigneron.13@wanadoo.fr



- **Fédération des Caves coopératives des Bouches-du-Rhône**
  Olivier HOULES
  Tél. : 04 42 21 64 81
  email : fdcc13@wanadoo.fr



Ces fiches, téléchargeables sur www.visitprovence.org, sont destinées à une consultation en version numérique afin de pouvoir accéder aux contenus des différents liens

MISE EN ACCESSIBILITÉ DES CAVES ET DOMAINES VITICOLES POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

QUESTIONS DE BON SENS...

OU COMMENT ÊTRE PRÊT POUR LA MISE EN ACCESSIBILITÉ DE VOTRE LIEU RECEVANT DU PUBLIC EN 2015 ?



Où en êtes-vous par rapport à la Loi du 11 Février 2005 en faveur des personnes handicapées ?
Vous faut-il constituer une demande d'Agenda d'Accessibilité Programmé pour obtenir un délai supplémentaire ? (**www.accessibilite.gouv.fr**)
Suite à cette auto-évaluation, qui nous permettra de mieux vous accompagner, nous vous proposons un rendez-vous individuel.
Anticiper devient l'occasion d'élargir votre clientèle et de faire d'une contrainte réglementaire un avantage concurrentiel.

Nom de votre domaine ou caveau de vente : ______________________

____

Commune : ______________________

1. Le stationnement

1.1. Y a-t-il un parking ?

☐ Oui ☐ Non

1.2. Ce parking, a-t-il des places adaptées ?

☐ Oui ☐ Non

1.3. Si oui, ces places ont-elles?

☐ Une dimension réglementaire respectée (3,30m de largeur)

☐ Signalétique appropriée verticale et/ou au sol (pictogramme du handicap)

Pour en savoir plus : Fiche 1 – Stationnement :
> **www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_1.pdf**

2. L'accès à la cave

Ce cheminement, est-il adapté ?

☐ Largeur réglementaire respectée (140cm ponctuellement ramenés en 120 cm) ?

☐ Déclivité du cheminement respectée (Pente < ou = à 5%, paliers de repos) ?

☐ Qualité du sol respectée (Sols durs, non glissants, non meubles, non réfléchissants) ?

☐ La signalétique est-elle adaptée (pictogramme, texte) ?

☐ Hauteur minimale sous obstacle respectée (> ou = à 220 cm) ?

☐ Un cheminement avec des contrastes visuels/tactiles ?

Pour en savoir plus : Fiche 2 – Les cheminements :
> **www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_2.pdf**

3. L'entrée dans la structure, est-elle adaptée ?

☐ Si rupture de niveau, avez-vous un plan incliné (avec paliers de repos de 140 cm x120cm, mains courantes éventuellement) ?

☐ Seuil de porte conforme (<ou = à 2cm)

☐ Largeur de porte respectée (>ou = 90 cm)

☐ Si ouverture de porte en tirant : avez-vous un espace de manœuvre de porte d'une longueur minimum de 220 cm X 140 cm de large ?

☐ Si ouverture de porte en poussant : avez-vous un espace de manœuvre de porte d'une longueur minimum de 170 cm x 140cm de large ?

☐ Une porte facile à voir (couleur contrastée, signalée par des bandes…) ?

☐ S'il existe un contrôle d'accès, le système de contrôle d'accès est conforme (signal de fonctionnement visuel et sonore, à une hauteur < à 130 cm) ?

☐ Ou est-ce un accès secondaire, qui est accessible ?

Pour en savoir plus : Fiche 4 – Les Portes :
> **www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_4.pdf**

QUESTIONS DE BON SENS ... SUITE

4. Espace d'accueil (espace de vente, salle de dégustation,…), le comptoir de la boutique, est-il adapté ?

- ☐ Cheminement de l'entrée à la réception adapté (cheminement podotactile et sans obstacle)
- ☐ Banque d'accueil adaptée (Partie rabaissée avec avancée, espace disponible sous la table…) ?
- ☐ Luminosité adaptée (200 lux)

Pour en savoir plus : Fiche 3 – Accueil :
> www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_3.pdf

5. Si vous proposez des sanitaires pour les visiteurs, sont-ils adaptés ?

- ☐ Lavabo entre 0,70 et 0,85m du sol avec espace libre en dessous ?
- ☐ Barre de transfert du fauteuil vers le WC (entre 70 et 80cm du sol) ?
- ☐ Hauteur de la cuvette à 50 cm (maximum) de hauteur ?
- ☐ Bénéficient d'une aire de rotation d'1m 50 de diamètre libre de tout obstacle ?
- ☐ Alarme sonore et à flash lumineux installé ? (ou WC donnant directement sur l'extérieur ?)

Pour en savoir plus :
Fiche 7 – Pour profiter des espaces privatifs :
> www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN_accessibilite_FICHE_7.pdf

6. Quelles sont les autres prestations sur votre site :

- ☐ Lieu culturel (Exposition, concert, évènement…)
- ☐ Hébergement / Location saisonnière
- ☐ Espace de réception
- ☐ Prestation de restauration / Table d'hôte

7. Souhaitez-vous un accompagnement à la mise en accessibilité ?

☐ Je suis intéressé ☐ Je ne suis pas intéressé

8. Etes-vous intéressé par le label Tourisme & Handicap ?

☐ Je suis intéressé ☐ Je ne suis pas intéressé

Pour en savoir plus : Mode d'Emploi du Label Tourisme & Handicap.
> cliquez ici

9. Qui sera la personne à contacter pour un rendez-vous individuel ?

Nom : ______________________________

Téléphone : ______________________________

Email : ______________________________

Bouches-du-Rhône Tourisme en collaboration avec les Fédérations des Caves Coopératives et des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône vous propose de vous accompagner dans la mise en accessibilité de votre cave.

N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec nous.

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme
Mélanie FOUBERT
Tél. : 04 91 13 84 37
email : mfoubert@visitprovence.com



Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône
Annick PAGE
Tél. : 04 42 23 06 04
email : vigneron.13@wanadoo.fr



Fédération des Caves coopératives des Bouches-du-Rhône
Olivier HOULES
Tél. : 04 42 21 64 81
email : fdcc13@wanadoo.fr



Ces fiches, téléchargeables sur www.visitprovence.org, sont destinées à une consultation en version numérique afin de pouvoir accéder aux contenus des différents liens